

ABSTRAKSI

Produsen pengeksport kayu Indonesia adalah produsen yang cukup diperhitungkan karena mempunyai keunggulan di bidang biaya operasional yang lebih murah diantaranya biaya tenaga kerja disamping tempat usaha yang luas. Hal ini menjadikan produsen kayu akan meningkatkan sistem strategi pemasaran untuk dapat memenangkan persaingan. Persaingan dalam bidang furniture yang semakin tajam menuntut kemampuan bersaing dari suatu perusahaan yang ada untuk memperebutkan peluang-peluang pasar yang semakin sempit agar perusahaan dapat tetap *survive*. Oleh karena itu perusahaan harus mampu menetapkan suatu strategi pemasaran yang tepat agar berhasil dalam memasukkan produknya di pasar internasional. Perusahaan PT. Fixo Furniture adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi mebel, dan sudah mengeksport produksinya ke luar negeri. Dalam memasarkan produknya PT. Fixo Furniture berada dalam kondisi persaingan yang cukup ketat dengan perusahaan-perusahaan mebel lainnya. Strategi yang digunakan PT. Fixo Furniture dalam memenangkan pasar konsumen adalah melalui pembenahan dalam kegiatan *marketing mix*-nya yang meliputi harga dan promosi. Untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualannya, beberapa perusahaan selalu meningkatkan kualitas dari produk pada masing-masing barang dengan harga yang berbeda. Melihat pentingnya aspek strategi pemasaran bagi suatu perusahaan yang bergerak dalam ekspor, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian untuk mendapatkan gambaran mengenai strategi pemasaran dalam memenangkan persaingan, sehingga penelitian ini dilakukan dengan judul: **“Analisis Pengaruh Harga Dan Biaya Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Fixo Furniture.”**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Sejauhmana pengaruh harga terhadap volume penjualan pada PT. Fixo Furniture 2) Sejauhmana pengaruh biaya promosi terhadap volume penjualan pada PT. Fixo Furniture dan 3) Sejauhmana pengaruh harga dan biaya promosi bersama-sama terhadap volume penjualan pada PT. Fixo Furniture.

Adapun penelitian ini dibatasi pada permasalahan sebagai berikut : 1) Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan yang meliputi 2 (dua) faktor yaitu : harga dan biaya promosi. 2) Penelitian dilakukan di perusahaan Fixo Furniture khususnya dalam bidang pemasaran mebel.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi sederhana, korelasi berganda, regresi berganda dan koefisien determinasi dengan dibantu program SPSS dalam proses penghitungannya. Adapun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil-hasil sebagai berikut :

1. Berdasarkan uji korelasi sederhana dapat diperoleh hasil bahwa antara harga (X_1) terhadap volume penjualan (Y) terdapat hubungan yang kuat, sedangkan antara biaya promosi (X_2) terhadap volume penjualan (Y) terdapat hubungan yang kuat.
2. Berdasarkan uji korelasi berganda diperoleh nilai 0,882 sehingga terdapat hubungan yang kuat antara variabel harga dan variabel biaya promosi secara bersama-sama terhadap volume penjualan.
3. Berdasarkan uji regresi linier berganda dapat diperoleh nilai t hitung untuk X_1 sebesar $-10,590$ yang lebih kecil bila dibandingkan dengan nilai t tabel